

Раздел 1. Оценка состояний, концепций и подходов развития электронной торговли в разных странах

Электронная торговля: глобализация, проблемы, перспективы

Паньшин Борис Николаевич

заведующий кафедрой менеджмента БГУ

Электронная торговля развивается как специфика процесса глобализации.

Уменьшит или увеличит электронная коммерция разрыв между бедными и богатыми странами? Вопрос открытый. Ясно одно - быстрое развитие электронного взаимодействия может стать огромным торговым стимулом, повысить на международном уровне конкурентоспособность развивающихся стран, может помочь лучше понять и освоить различные стороны электронной коммерции: технические, экономические, правовые, регуляторные, и даже социальные и культурные.

Возникла новая рыночная структура - сети электронного бизнеса. Аналитики определили это явление как **“эластичные структуры независимых игроков, связанных в реальном времени по Сети”**.

Выделяют три фактора, которые будут способствовать распространению сетей электронного бизнеса:

**молодые потребители,
мобильность,
глобализация.**

Цели развития современного общества в первом десятилетии XXI века:

- эволюционное вхождение в период глобальной трансформации общественных систем,
- переход к новой информационной модели развития.

Источники глобализации:

- технологический прогресс,
- либерализация торговли и другие формы экономической либерализации, делающие мировую торговлю более свободной,
- расширение сферы деятельности организаций, их производственных и бытовых возможностей (многонациональные корпорации).

Ресурсы новой экономики: знания, Интернет, человеческий потенциал.

Киты новой экономики: информационные технологии, информационное общество, глобальная информационная инфраструктура.

Роль информационных технологий:

- стимулирование конкуренции,
- расширение производства,
- экономический рост,
- обеспечение занятости.

Позитивные аспекты глобализации:

- облегчение взаимодействия между странами,
- доступ к мировым достижениям,
- выравнивание уровней развития различных регионов,

- увеличение рабочих мест,
- эффективное распределение ресурсов,
- стимулирование экономического роста,
- развитие мировой торговли и привлечение инвестиций,
- более широкое использование человеческого потенциала,
- доступ к современным средствам коммуникации,
- совершенствование транспортной системы,
- свободный обмен информацией, знаниями, технологиями.

Экономическое сотрудничество стран направлено на увеличение товарооборота, формирование механизмов реализации соглашений по развитию внешней и внутренней торговли. Это невозможно без унифицированной в соответствии с международными стандартами системы обмена информацией по рынкам товаров и услуг.

Интернет – основной двигатель развития экономики. Интернет-экономика только в первом полугодии 2000 года создала в мире более 600 000 рабочих мест, опередив по количеству занятых сферу страхования и недвижимости. Больше всего занято в секторе электронной торговли. Доходы от Интернет-экономики растут в 2 раза быстрее занятости.

Влияние электронной торговли на экономику:

- прозрачность и либерализация торговли,
- эффективное использование ресурсов,
- повышение конкурентоспособности товаров и услуг,
- увеличение экспортных и импортных возможностей,
- количественный и качественный рост ВВП,
- позитивное влияние на рыночное развитие,
- распространение ИКТ в разные сферы деятельности,
- создание гибкой конкурентной среды,
- сокращение цифрового неравенства.

Влияние электронной торговли на общество:

- повышение образовательного уровня,
- создание новых рабочих мест,
- эффективное использование человеческого капитала,
- формирование и развитие информационного общества,
- рост доходов бедных слоев населения.

Детерминанты развития электронной торговли:

- количество Интернет-пользователей,
 - безопасность и конфиденциальность информационной инфраструктуры
- законодательство,
- высококвалифицированные специалисты,
 - эффективная система образования,
 - количество молодых пользователей.

Кадры для электронной торговли и электронного бизнеса:

- менеджеры проектов,
- политики, экономисты аналитики, признающие значимость Интернет-потенциала и электронной коммерции,

- менеджеры по контенту,
- программисты,
- производители оборудования,
- технические эксперты.

Основная проблема – это изучение возможностей для развития электронной торговли и электронной готовности.

Изучение телекоммуникационной инфраструктуры, электронного руководства, информационной безопасности, человеческого капитала, общего климата

Электронная торговля в Беларуси – базовые составляющие

Телекоммуникации и Интернет:

- 3,3 млн. стационарных телефонов
- 4 млн. мобильных телефонов
- свыше 2 млн. Интернет пользователей
- 44 мбит/с пропускная способность внешних каналов
- около 30 реально работающих Интернет провайдеров
- свыше 800 Интернет - магазинов
- свыше 1600 сайтов предприятий и организаций (всего свыше 20.000 сайтов)

Платежные системы:

- национальная система «Белкарт»,
- карта «Visa Internet»,
- система «Интернет клиент-банк»,
- система электронных денег Easy-Pay,
- система «Рапида-Бел».

Правовое регулирование:

- Указ Президента РБ от 03.05.2001г. №234 «О государственной поддержке разработки и экспорта информационных технологий»,
- Декрет Президента РБ «О Парке высоких технологий» от 22 сентября 2005 года №12,
- Закон «Об информатизации» от 6 сентября 1995 г. № 3850-XII,
- Закон «О торговле» от 28 июля 2003 г. № 231-3,
- Закон «Об электронном документе» от 10 января 2000 г. № 357-3,
- Гражданский кодекс,
- Банковский кодекс,
- Постановление Правления Национального банка «О правилах осуществления операций с электронными деньгами» от 26.11.2003 № 201,
- процессуальное законодательство,
- Концепция государственной политики в сфере информатизации.

Перспективные направления:

- выработка национальной стратегии развития ИКТ,
- совершенствование законодательства в сфере электронного бизнеса,
- упрощение процедур торговли,
- система электронных госзакупок и тендеров,
- создание путеводителя для иностранных инвесторов и бизнесменов с

разделами, посвященными ИКТ и электронной торговле.

Глобализация и рост аутсорсинга сталкиваются с препятствиями в виде подобных унаследованных систем, поскольку те не в состоянии поддерживать многоуровневые отношения. Усилия предприятий по оптимизации производственных цепочек сталкиваются с проблемами поддержки бизнес-процессов, закрытыми частными интерфейсами и избыточной структурой данных.

Различные правила ведения бизнеса препятствуют полному использованию возможностей глобализации электронной торговли. Чтобы вести онлайн-бизнес в международном масштабе, необходимо решить массу культурных, языковых, юридических и технических проблем.

Другая важная проблема, с которой сталкиваются онлайн-предприятия, это отсутствие готового программного обеспечения, которое в разных странах адекватно работает со множеством характеристик товаров, с разными валютами и языками.

Информационная поддержка бизнеса (бизнес – информация).

Информационные технологии качественно изменили важнейшие ресурсы человеческого развития. Раньше главным ресурсом считались производительные силы (производство и люди), теперь - интеллект и финансы, которые в современных условиях являются крайне мобильными. Одновременно происходит обесценением традиционных, "старых" ресурсов и технологий.

Задача их освоения в глобальном масштабе сводится просто к тому, чтобы эффективно выделять из общества его интеллект и финансы и переводить их в те регионы, которые более приспособлены для их использования.

Развитие информационных технологий сделало возможным формирование единого мирового рынка финансов, что поставило на повестку дня вопрос о возникновении глобальных монополий. Этот процесс идет одновременно в двух направлениях: формирование глобальных монополий на глобальных рынках отдельных финансовых инструментов и формирование единой глобальной монополии в результате интеграции указанных рынков.

Глобализация. Ученые считают глобализацию основным содержанием истории человечества в течение последних 500 лет. По их мнению, это явление включает в себя несколько аспектов: ментальный или культурно-идеологический, территориальный, экономический, информационно-коммуникационный, этнический, а также организационный.

В отличие от предыдущих 3000 или 500 лет, последние два десятилетия охарактеризовались совершенно новым явлением: революцией в информационных технологиях, которая переводит процесс глобализации из метафизической и философской плоскости в совершенно осязаемую плоскость реальных угроз выживанию государств.

В отличие от других революций человечество переживает глобализацию за одно поколение. Одним из важных аспектов глобализации является электронная торговля – как **общая форма оказания информационно-коммуникационных услуг в сфере торговли.**

Для того, чтобы понимать происходящие изменения в таком сложном

процессе как развитие электронной торговли и связи этого развития с человеческим потенциалом необходимо определить некоторые аналитические рамки, которые позволят лучше понять и оценить эти изменения.

При отсутствии таких рамок мы можем лишь описывать те или иные процессы и даже заниматься анализом их сравнительной эффективности, но при этом упускается аналитическое понимание и оценка направлений развития электронной торговли и возможность формулировать необходимую политику ее развития.

Важны и некоторые ограничения в порядке рассмотрения системы (т.е. если мы не хотим решать какую – то проблему, то можно не отвергать ее, а наоборот сделать безграничной, тогда проблема просто раствориться).

Поэтому в докладе рассматривается проблема взаимосвязи между уровнем человеческого потенциала и развитием электронной торговли в аспектах интересов развития малого и среднего предпринимательства.

При этом важно рассмотреть стимулы, которые воплощены в институтах электронной торговли и которые определяют уровень общественных инвестиций в развитие этого направления.

Что может быть инструментом анализа?

В нобелевской лекции Дугласа Норта «Функционирование экономик во времени» (1993 г.) отмечено, что институты формируют структуру стимулов общества. Очевидно, что как политические и экономические институты являются основополагающими детерминантами для развития экономики, точно такую же роль они играют и в развитии системы электронной торговли. Подобное рассмотрение особенно важно, на мой взгляд, если мы ставим цель рассмотреть развитие электронной торговли в контексте человеческого потенциала.

Что такое институты? Будь – то крупная компания или малое предприятие, прежде всего это не только организации и технологии, но система ограничений и стимулов, которые структурируют взаимодействие людей в процессе достижения ими своих целей, получения знаний и нового опыта.

При этом ограничения могут быть формальными, теми что воплощены в законах и правилах и неформальными, закрепленными в традициях, нормах, кодексах поведения и т.д.

Институты и используемые ими технологии обуславливают транзакционные и трансформационные издержки процесса. Если существуют такие издержки, то значит имеют значение и институты. Любая транзакция всегда имеет издержки.

Информационные и институциональные требования предполагают, что участники процесса не просто преследуют свои цели, но и знают пути их достижения. В случае больших издержек появляются новые институты, задача которых состоит в том, чтобы побудить участников процесса получить необходимую информацию, которая приведет их к правильным моделям поведения. Конечно, институты позволяют влиять на формирование новых правил.

Электронная торговля как новая институция. Понятие электронной

торговли за последнее время существенно расширилось и включает торговлю принципиально новыми видами товаров, например информацией в электронном виде. Больше внимание уделяется электронной торговле, ориентированной на массового потребителя.

Электронная торговля обладает большим потенциалом для радикального изменения большого количества разного рода экономической и социальной деятельности и в первую очередь для развития малого и среднего предпринимательства.

Традиционные подходы к организации партнерских отношений между малыми и средними предприятиями и соответствующие приложения не в состоянии в современных условиях помочь снизить издержки, улучшить качество товаров или услуг.

Перспективы. Быстрое развитие ИКТ и электронной торговли питается сильными и быстро растущими запросами потребителей. Высокий уровень инвестиций в сферу услуг, связанных с ИКТ, возможен только потому, что обыватели и бизнесмены готовы платить за них растущую долю своих средств.

Действительно, несмотря на то, что каждое последующее удвоение оказывается более дорогостоящим с точки зрения суммарных инвестиций (удвоение вычислительных мощностей каждые полтора года) продолжает выполняться потому, что доходы от продажи технологий ежегодно **также повышаются примерно на 10%.**

Таким образом, переход к Информационному Обществу и развитие электронной торговли оказывается управляемым потребительскими запросами, хотя ритм этого перехода диктуется развитием информационно-коммуникационных технологий.

Такого рода запросы наиболее существенны в постиндустриальных экономических системах, и они управляются бизнесом, который постоянно ищет более эффективные процессы, более широкие рынки, а также новых потребителей для своих новых услуг. В то же время наблюдается постоянный рост запросов со стороны населения, которое желает иметь все более качественные средства коммуникации и доступа к информации для сугубо социальных целей и самовыражения.

Судя по всему, так же широко развивается мобильная телефония, Интернет, цифровые видеослужбы – но когда они достигнут насыщения и каков будет его эффект? Телефонии потребовалось 100 лет, чтобы им стали пользоваться 700 миллионов человек, и около 30 лет, чтобы из элитарной услуги и профессионального средства (1950) стать элементом европейской инфраструктуры (1980).

В Европе все еще наблюдается некоторый рост числа стационарных телефонов, - прежде всего на Юге, но основной рост этого показателя в мире – по крайней мере, еще на 700 миллионов - ожидается к 2020 г. в развивающихся странах.

Следующая волна развития ИКТ и электронной торговли связана с мобильной телефонией. Рост оказался быстрее, чем кто-либо мог ожидать. Число новых пользователей мобильными телефонами превысило число новых

абонентов стационарной телефонной сети уже в 1997 г.

В развитых странах мобильная сеть растет быстрее, чем Интернет, и теперь доступна каждому: это стало возможным благодаря распространению карточных телефонов как альтернативы долговременной подписке.

Сегодня (2005г.) в мире насчитывается более 1 миллиарда пользователей мобильными телефонами, мобильная телефония так же широко распространена в обществе, как телевидение и стационарная телефонная связь. Однако, хотя мобильными и стационарными телефонами в 2005 г. пользовался один миллиард человек, 2/3 населения Земли по экономическим причинам все еще не имеет доступа к обычному телефону.

Переход к экономике с преобладанием информации и услуг (новой или цифровой экономике) сочетается с переходом от национальной к глобальной экономической интеграции.

Позитивный эффект появляется как раз от сочетания этих двух процессов: развития информационно-коммуникационных технологий и продолжающейся либерализации мировой торговли, происходящей сегодня прежде всего в сфере услуг. Социальные последствия этих процессов не могут сводиться только к технологическому развитию.

Во-первых, сфера информационного обслуживания не может заменить промышленного и сельскохозяйственного производства (реального сектора), а повсеместно внедряется в них, делая эти сферы более «информационно насыщенными» (т.е. электронная торговля создает большие возможности для продажи продуктов реального сектора). Эта универсальная составляющая приводит к размыванию прежде существовавших географических границ фаз производства: неравенство в благосостоянии, ранее имевшее место между регионами и странами, теперь затронет все страны, которые входят в глобальное информационное общество.

Контраст в благосостоянии между 10% наиболее успешных производителей услуг, основанных на знаниях, и ведущими сельскохозяйственными производителями будет постоянно расти. Для поддержания социальной справедливости потребуется найти новые пути.

Глобализация будет управляться одновременным развитием электронной торговли и либерализации торговли услугами в рамках Всемирной Торговой Организации. Электронная торговля растет быстрее, чем использование Интернета, поскольку она сочетает в себе три процесса: ежегодный рост подключений к Интернету, ежегодный рост частоты использования Интернета для коммерческих целей, ежегодный рост его доверительного использования для финансовых трансакций.

По этим причинам рост электронной торговли будет продолжаться много лет и после того, как доступ к Интернету достигнет насыщения в обществе и в бизнесе.

Однако подобные позитивные результаты не придут автоматически: более того, их не сможет обеспечить никакая организация, действующая в одиночку. Коллективные результаты можно достигнуть коллективными действиями в государственном и частном секторах. И ежегодные конференции вносят

посильный вклад в разработку таких условий.

Сфера электронной торговли включает:

- деловые операции, связанные с куплей-продажей товаров,
- создание спроса на товары и услуги,
- предложение послепродажной поддержки и обслуживания клиентов,
- облегчение взаимодействия между деловыми партнёрами.

Системы электронной торговли в Интернете способствуют индивидуализации (кастомизации) отношений между поставщиками и заказчиками, обеспечивая для малого и среднего предпринимательства следующие условия: гибкость, принципиально новые возможности бизнеса, расширение рынка, сотрудничество деловых групп за счет использования цифровой информации, возможность предприятиям улучшить связи с потребителями, предоставлять им полезную информацию.

Преимущества электронной коммерции для малых и средних предприятий:

- уменьшение объёма необходимого оборудования,
- уменьшение времени коммерческого цикла,
- более эффективное обслуживание потребителя,
- снижение стоимости сбыта и маркетинга и новыми возможностями сбыта.
- возможность поиска поставщиков,
- снижение затрат труда и стоимости почтовых услуг при поставке производственного сырья,
- большие возможности для ведения переговоров о ценах и создания связей с поставщиками.

Факторы развития электронной торговли (эти факторы находятся в тесной зависимости и комбинации):

- технологические (инфраструктура),
- регулирующие (право),
- экономические (налогообложение)
- социальные (образование и человеческий потенциал).
- готовность стран принять эти новые технологии.

Одним из важнейших факторов развития электронной торговли в национальном и глобальном масштабах является автоматизация документооборота на основе международных стандартов и рекомендаций (EDI).

По оценкам специалистов, торговый оборот через частные электронные сети при помощи EDI уже в 2000 году составлял свыше 150 миллиардов долларов США. Компании, использующие EDI, как правило, экономят 5-10% на стоимости закупок.

Продавец может обслужить ровно столько покупателей, сколько он в состоянии посетить лично или связаться по телефону. Таким образом, с ростом рынка сбыта расширяется количество продавцов. В противоположность этому, электронный бизнес через Интернет может привлекать новых потребителей с небольшими затратами или вообще без дополнительных затрат.

При этом развитие электронной торговли определяется следующими

обстоятельствами:

во-первых, в течение ближайших двух-пяти лет все более или менее крупные компании начнут ведение электронного бизнеса и электронная торговля будет помогать им сделать это эффективно и без лишних затрат;

во-вторых, развитие технологий позволит компании воспользоваться новыми решениями и при этом рассчитывать, планировать и реализовывать стратегии электронного бизнеса;

в-третьих, глобализация и ее составная часть - Интернет-экономика, зародившись в США в конце XX столетия, уже пришла в Европу, а к 2006-2010 гг. получит широкое распространение практически во всем мире.

Прямой маркетинг по сети может сократить цикл покупки и предоставить возможность продажи дополнительных единиц товара. В электронной торговле демографический состав потребителей может быть иным, чем потребителей того же товара или услуги, предпочитающих совершать покупки традиционными средствами, а их восприимчивость в отношении рекламы, скидок и т.п. – несколько ниже. Пользователи Интернета образуют рынок, весьма привлекательный, поскольку они и по доходу, и по образованию превышают средний уровень. Например, типичный американский пользователь имеет возраст чуть выше 30 лет, годовой доход от 50 до 60 тысяч долларов, чаще всего он выпускник колледжа.

Меры государственной поддержки для развития электронной торговли:

- координационная политика (в части права и налогообложения),
- идентификация факторов, способствующих и препятствующих развитию электронной торговли,
- формирование базовой инфраструктуры.

Главные проблемы: конфиденциальность, налогообложение электронной торговли и контроль за экспортом криптографических технологий.

Готовность: подготовка технических, коммерческих и социальных инфраструктур для поддержки электронной торговли. Для оценки готовности можно использовать некоторые **показатели**, наиболее употребительными из которых являются количество Интернет хостов, количество пользователей.

Данные, опубликованные Internet Software Consortium, показывают, ежегодный рост хостов в течение последних восьми лет составляет 80% (этот показатель также используется для подсчета общего количества пользователей Интернета, в среднем, 3.5 на хост).

При этом распределение Интернет – хостов по странам крайне неравномерное. Скандинавские и англоговорящие страны обладают наибольшей насыщенностью (больше 60 хостов на 1000 жителей). На эти страны приходится наибольшая доля пользователей Интернета в Европе (более 1 пользователя на шесть человек), в то время как другие Европейские страны сильно отстают: в среднем 12% по Европе в сравнении с 1:3 в США.

Хотя невозможно точно оценить 'размеры' Интернета, было подсчитано, что в июне 1999 года существовало более 3.6 миллионов web-сайтов по всему миру, из которых 2.2 миллиона обладали свободным доступом.

Восприятие моделей и технологий электронной торговли различается по

странам в той же степени, что и по отраслям, при этом Северо - Американские компании остаются основными пользователями. В Европе, Великобритании, Германии и Франции также много инвестируется в основанные на Интернет, приложениях B2B и B2C.

Человеческие ресурсы. В дополнение к подходящей инфраструктуре и технологиям доступа, люди должны обладать мастерством, необходимым для участия в электронной торговле.

Исходя из этого важно учитывать:

- предложение и возможную нехватку работников в сфере ИТ-технологий,
- необходимость ИТ-мастерства во всех сферах экономики.

Учебные планы высших школ и университетов могут быть пересмотрены для приобретения междисциплинарных навыков необходимых для сегодняшнего (и завтрашнего) трудоустройства. Информация лучшего качества должна также склонять студентов в сторону научной и технологической отраслей.

Многие страны адресуют проблему ИТ навыков через обширные общенациональные инициативы. К примеру, в 1999 году следуя рекомендациям от Экспертной Группы по Будущим Навыкам, правительство Ирландии выделило 95 миллионов ирландских франков для решения проблем, связанных с нехваткой ИТ-мастерства. Великобритания объявляла о серии инициатив по поощрению лучшего ИТ-мастерства среди работников. Министр образования Дании осуществлял несколько программ по поощрению развития ИТ-мастерства в школах и других учебных центрах. Различные программы, нацеленные на различные сегменты ИТ-навыков, осуществляются в США.

Иными словами, важно фокусировать внимание на долгосрочных разработках по увеличению ИТ навыков своих граждан в такой степени, чтобы они могли участвовать в Интернет - экономике.

Еще один вопрос, ключевой для потребителей электронной торговли – вопрос доверия. Деловые отношения основаны на доверии между двумя сторонами, независимо от того, как ведётся общение: лично, по телефону или через Интернет.

Многие традиционные деловые операции способствуют созданию доверия при помощи хорошо проверенных юридических и финансовых инструментов: например платежная система “заказ – счет-фактура”, или платеж кредитной картой, или чеком, гарантированным известным банком.

Конечно, Интернет способен на большее, чем служить обычным коммуникационным средством, но **доверие потребителей по-прежнему формируется и укрепляется за пределами сети.**

Известные торговые марки и фирмы со сложившейся репутацией будут иметь преимущества и в Интернете. Но внедрение рейтинговых систем, участие в интерактивных конференциях и использование для гарантированной идентификации таких методов безопасности, как **цифровые подписи**, помогут компании, занимающейся бизнесом в Интернете, завоевать доверие потребителей и поддержать свою репутацию.

Многие компании, создавая свои коммерческие сайты, прошли довольно

трудный путь, преодолевая проблемы с производительностью, масштабируемостью и интеграцией, пока не поняли, что выбранные ими программные средства электронной торговли еще слишком незрелы и не соответствуют реалиям их деловой жизни.

Поэтому крайне желательно соединять деловые процессы с процессами, в которых участвуют покупатели. По мере того, как деловые партнерства и другие коммерческие сообщества будут получать все большее распространение в Интернете, начнется объединение процессов экономической деятельности и совместного использования информации.

Постепенно и в существенной мере уйдут в прошлое традиционные долговременные деловые ассоциации, поскольку общие тенденции развития экономики подталкивают предпринимателей к созданию краткосрочных союзов, способных быстро добиваться цели и удовлетворять спрос динамичного рынка.

Надо сказать, что взгляды на роль государства в развитии электронной торговли в разных странах и регионах земного шара заметно различаются. В США, например, настаивают на беспопышном статусе электронной торговли и сведении управляющих функций государства к минимуму.

Европа же, напротив, придерживается курса на регулирование государством деятельности в сфере электронной торговли. Аналогичная точка зрения преобладает в Азиатско-Тихоокеанском регионе – там считают, что электронная торговля должна облагаться налогами и разумно контролироваться компетентными органами.

В остальных странах пока лишь изучают вопрос о том, как электронная торговля и электронный бизнес в целом способны повлиять на их экономическое развитие.

Тем не менее, заниматься проблемами электронной торговли никогда не поздно. Многие здесь происходит как в мультфильме «Паровозик из Ромашково»: -Да вы же опоздали на три дня! - Ну и что, -сказали пассажиры. - А могли бы опоздать на все лето, на весну и на всю жизнь.

Внешнеэкономическая инфраструктура и ее роль в формировании межрегиональных связей Беларуси и России

Бразовская Ольга Сергеевна

Институт экономики НАН Беларуси

Внешнеэкономическая инфраструктура выступает как основной интегрирующий инструмент процессов международного экономического сотрудничества регионов Беларуси и России, обеспечивая их организационное обустройство. К ее объектам относятся торговые представители, торговые дома, сервисные центры, филиалы предприятий, консигнационные склады, а также различного рода дилеры и дистрибьюторы. Анализ их функционирования на российском рынке позволил сделать следующие выводы о состоянии внешнеэкономической инфраструктуры: через товаропроводящую сеть в Россию Республикой Беларусь реализуется не более 0,2 % от общего объема производимой продукции. Наибольший удельный вес в товарной номенклатуре